
Le *street art* : de nouveaux principes ?

Christophe Genin



Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/narratologie/7396>

DOI: 10.4000/narratologie.7396

ISSN: 1765-307X

Publisher

LIRCES

Electronic reference

Christophe Genin, « Le *street art* : de nouveaux principes ? », *Cahiers de Narratologie* [Online], 29 | 2015, Online since 08 January 2016, connection on 10 December 2020. URL : <http://journals.openedition.org/narratologie/7396> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/narratologie.7396>

This text was automatically generated on 10 December 2020.

Article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle.

Le street art : de nouveaux principes ?

Christophe Genin

Ambulatoires

- 1 Le *street art* est à présent entré dans les mœurs, au moins en France, comme cela put se voir lors de la dernière session du *Musée à ciel Ouvert* de Sète. La reconnaissance artistique, politique d'un phénomène qualifié de « nouveau » semble acquise. Mais à quand dater sa prétendue « nouveauté » ? La datation elle-même relève d'influences culturelles, politiques et géopolitiques. Où est la nouveauté ? S'agit-il d'un nouveau *genre* visuel, d'un nouveau style, d'une nouvelle manière ? S'agit-il d'une fausse nouveauté, variant sur ce qui est déjà bien connu, le griffonnage, le décor mural, la publicité urbaine ? N'est-ce qu'une affaire d'artistes, ou les artistes ne se retrouvent-ils pas au cœur d'enjeux sociétaux globaux ?
- 2 Pour identifier une éventuelle nouveauté, nous ne procéderons pas selon une méthode comparative entre un avant et un après – même s'il est difficile d'y échapper –, car cette démarcation suppose d'avoir une identification précise du phénomène que l'on compare à un témoin. Or le *street art* reste d'une identification difficile ou controversée de sorte qu'affirmer une singularité inédite reste discutable. Par exemple, certains auteurs rapportent le graffiti new-yorkais aux graffitis préhistoriques¹ selon le seul rapport à une paroi, ce qui me semble l'effet très hasardeux d'une homonymie confuse, dans la mesure où nous ignorons le sens et le contexte des dessins archéologiques, où ces bestiaires souterrains sont sans commune mesure avec les lettrages de plein air.
- 3 Nous procéderons selon la perspective *a posteriori* des *processus de reconnaissance* qui engagent un temps long, des gradations non linéaires (avec avancées et rétrocessions), des luttes faites de résistances de part et d'autre, et qui croisent divers plans, ici artistique, juridiques, politique et moral.

- 4 Les grandes lignes de ces dialectiques de la répulsion ou de l'attraction des consciences à l'œuvre permettent d'ordonner dans le temps les pratiques de rue. Surtout elles permettent de concilier l'intention pour soi et le statut conféré par autrui.
- 5 L'intention pour soi est la conscience qu'un individu a de lui-même ou la bonne conscience qu'il veut se donner en se justifiant au regard des autres. Prenons l'exemple de Baro, un Suisse graffeur de trains bruxellois, rencontré lors d'un débat. Il dissociait la vie diurne de sa petite entreprise libérale – décorer gentiment des espaces privés ou public, à la manière du graff –, de sa vie nocturne, engagée dans une pratique *anonymous* cherchant égoïstement à déplaire, faisant fi de la loi et du sentiment des autres. Il dissociait deux intentionnalités (commercial-décorative vs vandalo-artistique) sans se soucier d'être en désaccord avec lui-même, ou d'être un exemple de mauvaise foi. Il me semblait avoir un point de vue intransigeant, ce qui fut pris pour de l'intégrité par nos autres interlocuteurs.
- 6 Le statut conféré par autrui va de la réaction individuelle immédiate, hostile ou séduite, jusqu'à la patrimonialisation (par les musées et les écoles) en passant par toutes les dialectiques de la reconnaissance (combats, procès, médias, commande publique, honneurs, etc.).
- 7 Les intentions déclarées par soi, ou supposées et prêtées par autrui ne suffisent donc pas. C'est pourquoi nous examinons d'un point de vue matérialiste les conditions matérielles de production, de diffusion, de réception des œuvres de *street art*. Cela a-t-il encore du sens de parler d'un « art rebelle », d'une « révolte » quand les artistes ont des agents qui négocient leurs interventions publiques ? Il convient donc, dans le grand sac du *street art*, de faire le tri, donc d'exercer un esprit critique en regard d'observations les plus larges et les plus fines possibles.

Approche phénoménologique : une pratique de l'âge de la globalisation

- 8 Ce qu'on englobe aujourd'hui sous le nom approximatif de *street art* est devenu un phénomène quasi universel. Car ce qui était initialement interprété comme du « graffiti » vandale ou rebelle – une pratique d'écriture ou de gravure située dans des rues désaffectées de villes à l'abandon, sur des murs décrépis –, ce qui était initialement des interventions de rue militantes – des mots d'esprits et des affiches insolentes – s'est affirmé en tous lieux et tous milieux.
- 9 Sa propagation est planétaire à divers titres.
- 10 Il s'est révélé dans tous les pays, riches ou pauvres, religieux ou athées, totalitaires ou démocratiques, de l'Amérique du Nord au Maghreb, de l'Europe à l'Afrique, y compris Madagascar et La Réunion, de l'Asie à l'Océanie. Le *street art* est ouvert à toutes les destinations : Aberdeen, Auckland, Dakar, Djerba, Fukushima, Gaza, Guadalajara, Kaboul, Le Caire, Papeete, Pékin, Philadelphie, Reykjavik, Saint Petersburg, Sao Paulo, Sète, Shiraz, Sidney, Soweto, Tananarive, Tel-Aviv, Tunis², Washington, la cartographie du *street art* ne se réduit pas à un courant national ou international comme l'histoire de l'art en a connu (Renaissance, baroque, romantisme, surréalisme), mais couvre l'ensemble de la planisphère. Il met en œuvre la mobilité contemporaine, en premier lieu celle des artistes qui disséminent leur style et leur signature à tous vents. Le *street art* est une *diaspora* de l'esprit créatif, une pollinisation du monde de rue en rue. C'est pourquoi les

hommes politiques le pourchassent comme puissance d'altération autant qu'ils veulent le capturer comme force de séduction.

- 11 Il s'est introduit dans toutes les situations, des bas-fonds aux palais, tous les milieux, analphabètes ou savants, toutes les activités humaines, artistiques, scientifiques, politiques. C'est une activité polymorphe aux multiples résonances culturelles et culturelles, sociales et humanitaires, politiques et géopolitiques. On trouve du *street art* dans les rues et les galeries, les mairies et les ministères, le Centre à l'énergie atomique et les squats altermondialistes, la publicité et les entreprises, les écoles et les hôpitaux, la police et les tribunaux, les beaux-arts et le design, la bande dessinée et le cinéma, l'action humanitaire et la propagande, la politique et la religion, la haute couture et les produits dérivés, le luxe et la misère, etc. Jamais auparavant dans l'histoire de l'art un mouvement n'avait produit une telle onde de choc, sauf peut-être le *rock'n roll*. En cela le *street art* s'inscrit dans la ligne d'un *pop-art*.
- 12 Son extension étant si vaste, tous les savoirs sont convoqués pour cerner cette activité protéiforme, à défaut de la comprendre : anthropologie, beaux-arts et arts décoratifs, communication, droit, économie, ethnologie, études culturelles, géographie, histoire, ingénierie et médiation culturelles, linguistique, marketing, pédagogie, philosophie, psychologie, sciences politiques, sémiotique, sociologie, urbanisme, etc.
- 13 Ces extension et expansion planétaires ont été thématiques par des artistes français de réputation mondiale comme Space Invader, variant indéfiniment sa chasse à l'*alien* envahisseur, et JR dont les photographies urbaines collaboratives mobilisent des « communautés » transnationales. Pour Epi2mik, le *street art* est proprement viral, et se répand de mur en mur dans une contagion visuelle sans limite. En cela le *street art* dissout les frontières nationales, patiemment composées et arrêtées par les hommes politiques.
- 14 En dépit de ses signatures initialement locales, comme marques de territoires, un des symptômes de l'universalité du *street art* est sa mobilité et son applicabilité. Ce qui se fait ici – à la manière des *cholos*, des punks ou des zadistes – est immédiatement assimilable et formulable par toute autre personne, y compris pour détourner le sens des images dans d'autres lieux, d'autres circonstances, d'autres contextes. Hier Obey vantait les mérites de Barack Obama, aujourd'hui *Civitas* caricature François Hollande. A l'ère des médias numériques et des réseaux sociaux toute image de *street art* est immédiatement mise en ligne, et peut être assimilée, copiée, détournée.
- 15 Il est universel au sens où il rassemble des pratiques, des techniques et des genres artistiques, des méthodes d'action, des générations, des genres sexuels différents qui peuvent voisiner dans un même espace, bien que cette cohabitation ne soit pas toujours une coexistence. Dans ce bazar on trouve de tout : affiche, autocollant, carton ou contreplaqué collé (Gzup, Oré), dessin à la craie ou à l'encre de Chine, détournement d'objets, d'images ou de slogans, graff solo ou collectif, incrustation, installation, laser et Leds, miroir, mosaïque, moulages de plâtre, papier découpé, peinture au pinceau, au rouleau ou à la bombe, performance, photographie, pochoir, ruban adhésif, tag, tricot (*yarn bombing*) ou travaux de couture (David Gouny), fête avec musique et danse, – grâce au *street art* la rue est le champ ouvert de tous les possibles, et de toutes les combinaisons possibles. Les techniques mixtes concrétisent une mixité sociale et un métissage culturel.
- 16 Bien que des tagueurs puissent avoir des réactions d'hostilité envers les affichistes, les sympathies semblent prévaloir et les collaborations fleurissent entre artistes ayant des techniques similaires ou différentes, entre des arts complémentaires : *street art* et danse,

street art et musique – dès la culture *hip-hop* –, *street art* et BD, *street art* et cinéma, *street art* et vidéo, *street art* et poésie, *street art* et design, architecture ou urbanisme. Il y a tant de combinaisons possibles que nous serions tentés de dire que le *street art* est comme une nouvelle Renaissance de la créativité, ou, à tout le moins, une forme de *désinhibition* qui n'hésite pas à prendre possession d'un espace, à oser des rapprochements et des mélanges là où les normes distinguent, hiérarchisent, brident.

- 17 Le *street art* agit à l'image des visuels qu'il produit. Il a rendu familiers les surimpressions et surcharges, les coulures et déchirures, les débordements et décadrements, annoncés par l'abstraction lyrique, l'art brut (Dubuffet), la photographie humaniste (Brassaï, Boubat, Izis), les Nouveaux réalistes (Villégé). Il a développé une contre-esthétique du palimpseste, du chantier et de la friche, investissant les potentiels des territoires indéfinis et désaffectés. Il a fait de l'abandon un motif de retrouvailles. Il a converti les marges négligées en centres d'intérêt.
- 18 Il est universel au sens où il répond à une commune aspiration à la *liberté*. Il a fait du mur le manifeste d'une résistance, ou d'une proclamation de liberté dont le mur de Berlin est l'exemple le plus patent au point d'être devenu un mémorial (*Denkmal*). Par là même, il est l'espace des futurs contingents, la licence que s'arrogent les artistes sur et dans l'espace public étant un moyen de *donner du jeu* à un espace contraint par des urbanismes fonctionnels, optimisés, calculés. Dans des villes de plus en plus déterminées par la calculabilité du monde, des routes, des immeubles, dans des villes conditionnées par la maximisation des transports et la gestion programmée des flux de personnes, où les voies de communication portent mal leur nom, le *street art* introduit de l'imprévisibilité et de la communication directe. Il réintroduit de l'incertitude dans un urbanisme déterministe. D'où, pour les pouvoirs publics, une version « allégée » qui consiste, dans les nouvelles zones urbanisées à en faire un décor urbain pour donner un *visage* à des façades mortes, et les rendre vivables et conviviales.
- 19 Il a fait de la suspension des normes et interdits une nouvelle règle de conduite, du moins pour un temps. Ce qui au plan individuel peut être pris pour une attitude de négligence dans un environnement de déconstruction, devient au plan collectif une ambiance de laisser-faire par des conduites d'autodétermination ou d'autogestion dans un inextricable entremêlement des volontés. Cette éthique libertaire est limitée car elle requiert une sorte d'ascèse cynique ou stoïcienne. C'est pourquoi les *street* artistes finissent souvent par intégrer le marché du travail ou de l'art. Malgré cela le *street art* jouit d'une aura de subversion – quand bien même il ne serait plus aujourd'hui transgressif – car il représente l'utopie d'une autre vie possible, celle dont rêve Aloysius dans *Permanent Vacation* de Jim Jarmusch. Aura illusoire, mais qui est hautement suggestive tant pour une jeunesse impatiente que pour une bourgeoisie désabusée.
- 20 Il est universel par sa recherche d'une humanité délivrée au nom du concept moral de *dignité*. Universel par la volonté humaniste de mettre en œuvre – comme pendant à l'humanité économiquement connectée – une humanité en partage. Les dessins de Pignon-Ernest sont compris et aimés à Naples comme à Calais, même s'ils ont choqué les intégristes de Montauban. Les photographies de JR améliorent quelque peu la vie des femmes. Mais cette prière de délivrance s'exprime au nom de motifs différents, voire contradictoires. Ainsi certaines pièces de *street art* peintes rue Mohamed Mahmoud au Caire, en 2012 et 2103, se faisaient au nom d'un islam activiste, d'autres manifestaient des divergences au sein des révolutionnaires³. D'autres œuvres méditent sur la finitude de notre condition existentielle, telle celle de Vhils, ou sur les questions de genre avec Fred

Le Chevalier. On observe donc ici un décalage entre la puissance de l'image exportée, propre à fédérer des sympathies et des adhésions, et son sens en situation, avec un contexte précis, souvent gauchi par cette décontextualisation. Cela est clair quant au statut des femmes. Si l'on observe une visée commune d'affirmation de la femme dans l'espace et la vie publics, contre la violence sexuelle, elle relèvent de tactiques différentes entre Anarkia Boladona ou Swoon, qui peuvent faire de l'intervention directe, et YZ qui dénonce l'esclavagisme des odalisques en distanciant un imaginaire masculin ou colonial.

- 21 Le *street art* peut se concevoir comme l'application d'un universalisme humaniste dans l'esprit de l'Unesco. Ici encore on croise des tergiversations et contradictions. D'un côté l'Unesco était sollicitée en 2013 pour sauvegarder le mur de Berlin *East Side Gallery* comme « héritage culturel » ; d'un autre côté, au vu de sanctions possibles de l'Unesco, le maire de Lima, Luis Castenada Lossio fit effacer en 2015 *los murales artísticos* du centre ville historique. Inversement, sur l'île de Penang (côte ouest de la Malaisie), la ville de George Town a été classée au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2009, à la suite de quoi les dirigeants lancèrent une campagne de *street art* pour historier les murs de la ville avec une dizaine d'artistes, dont le Lituanien Ernest Zacharevic depuis 2012.
- 22 Cette universalité d'application est donc lourde des contradictions inhérentes à la vie même de la rue.
- 23 Enfin le *street art* est universel dans un tout autre sens, fonctionnaliste, à l'image d'un adaptateur universel qui inclut divers standards. En effet, il devient un moyen susceptible de servir toutes les fins, y compris les plus contradictoires. Essayons de justifier ce point à partir d'une typologie des modes de *street art* selon leurs rapports à la chose publique.
- 24 1/ Un *street art* contestataire et radical rejette le système moral, économique et politique en place. Il veut le renverser pour un autre monde, au nom d'une visée révolutionnaire, libertaire et altermondialiste, ou réactionnaire, identitaire et régionaliste. La créativité de la propagande révolutionnaire communiste ou gauchiste des années 60, ou des situationnistes représente cet activisme urbain. Il s'engage au service des pauvres et de l'altermondialisme, de l'anarchisme où de la lutte des classes avec les *pichação* de Sao Paulo. En cela, il est la mauvaise conscience du capitalisme, sa dénonciation cynique en vue d'un renversement des valeurs, à l'instar du *Dismaland* de Banksy dont l'humour noir réduit à l'absurde le système économique et moral en place.
- 25 Ces activistes revendiquent le vandalisme et l'illégalité, portent des masques *Anonymous* tirés de *Vendetta*, recherchent la subversion, n'hésitent pas à vivre dans des squats hippies, punks, zadistes qu'ils historient de leurs tags, graffs et pochoirs. Ce *street art* est alors une éthique comme un vecteur de propagande politique. Anticonformiste, parfois clandestin, il ne reconnaît ni « système » ni le marché de l'art qui en est une manifestation. Il a une visée différente de l'art au sens où son action ne s'inscrit pas à court ou moyen terme dans l'économie de l'art comme investissement à forte plus-value – exception faite de Banksy justement – et voit en l'art la mise en œuvre d'une autre vie au plus près des pratiques populaires et de la rue. Le situationnisme de Debord en est le modèle.
- 26 Cette contestation est celle des « vandales », puristes ou rigoristes de la rue, dont Kidult est l'exemple encombrant. Elle se retrouve en Amérique du Sud, dans l'Europe des années 60 à aujourd'hui, et pense l'art moins comme une œuvre que comme une modalité d'être par des interventions *in situ* dont l'inventivité et la créativité doivent requalifier des conditions d'existence aliénées.

- 27 À l'opposé politique existe une pratique de rue à finalité *identitaire*. S'exposent ici des images et des propositions qui peuvent relever du régionalisme, du nationalisme, du fondamentalisme, voire du terrorisme⁴. Cette contestation par l'image ou le verbe de rue ne prétend pas faire œuvre, mais peut éventuellement être reconnue comme art, de sorte que le concept d'art est confus. C'est une difficulté logique importante : à partir de quel repère une intervention de rue devient art ou cesse d'en être ?
- 28 2/ Un *street art protestataire* dont les œuvres assumées (vandales ou autorisées) véhiculent une demande de reconnaissance, par exemple par le marché. En cela, une fois la reconnaissance acquise, la protestation se dissipe. Ces artistes « rebelles » perdent de leur véhémence en entrant dans le marché de l'art, bien que l'image de révolté serve encore comme argument de vente des œuvres. Le rebelle peut ainsi se convertir en promoteur de manière soit aveugle soit lucide s'il réfléchit le statut d'une marchandisation du *street art*, comme Kashink ou Thom-Thom.
- 29 3/ Un *street art publicitaire* comme moyen d'occuper l'espace public pour faire la publicité de tel ou tel commanditaire. L'activité artistique reconnue, revendiquée devient le support mercenaire de l'intention d'un tiers. Cette propagande peut être politique ou humanitaire, de la part d'artistes engagés. Elle peut relever de pratiques artistiques sauvages qui détournent les modes mêmes d'intervention du *street art*, comme cela put se voir lors de la « Manif pour tous » (contre le mariage pour tous), avec des affiches, pochoirs ou slogans qui connotaient politiquement les pratiques de rue non plus à gauche mais à droite. Elle peut être commerciale, comme les *street* artistes au service de grandes marques.
- 30 À vrai dire le *street art* ne défait pas la frontière kantienne entre un art libre et un autre mercenaire, entre beaux-arts et arts appliqués ou design, car cette démarcation est poreuse depuis longtemps. En revanche, en reconnaissant le caractère *intéressé* de toute pratique artistique, il dénonce la tartuferie des puristes de l'art voulant inscrire « l'art urbain contemporain » dans le cadre d'un *désintéret* quand les artistes eux-mêmes ont des agents qui négocient leurs émoluments pour telle ou telle intervention, y compris pour des activités publiques, et quand les amateurs et connaisseurs pensent en terme d'investissement. Ces professionnels de l'image ont compris comment fonctionnait le « système », et gèrent une carrière au long cours.
- 31 4/ Un *street art marchand*. Il suppose la perte des conditions de rue (éphémère, instantané, incessible, inaliénable) pour les conditions du marché : pérennisation et durée de l'objet sur support cessible, donc une œuvre aliénable. Maints artistes œuvrent selon ces deux dimensions – à ciel ouvert ou à l'atelier – qui peuvent être concomitantes ou successives. En retour le marché de l'art a changé ses habitudes pour le *street art*. En effet, un vernissage n'est plus le seul accrochage des œuvres achevées, mais devient l'occasion de performances, de *jam* ou de *work in progress*, accompagné de séances de hip-hop. En ce sens la temporalité de l'œuvre devient indéterminable, le concept d'œuvre achevée étant flou, toute surimpression adventice et ultérieure de bombe pouvant la modifier, comme me le confiait Théo Lopez. Du coup, par cette notion d'œuvre en cours de route, le processus d'élaboration d'une pièce devient lui-même aliénable. Les carnets de croquis (*sketch books*) et autres *black-books*, les bombes vides, voire les pochoirs usagés, sont négociables. De même le « finissage » fait de la clôture un événement artistique.
- 32 5/ Un *street art héréditaire*. La reconnaissance s'achève par des œuvres qui deviennent patrimoine ou mémorial. Des artistes persévérants, un public complice, des générations

accoutumées à un nouvel environnement visuel finissent par faire entrer le *street art* dans les mœurs. Le paradoxe veut que des œuvres initialement *in situ*, vulnérables sont conservées à demeure, tels des pochoirs délictueux londoniens de Banksy, initialement condamnés à l'effacement, devenus des raretés protégées sous plexiglass, des produits d'appel touristiques.

Approche herméneutique : quels attributs pour quel art ?

- 33 Devant tant de diversité, voire d'hétérogénéité dans les pratiques, les intentions, les représentations, n'est-on pas dans l'amalgame, le *street art* étant une rubrique fourre-tout ? Comment identifier un objet « *street art* » sous cette appellation ? Quel en est le sens unitaire ?
- 34 La formule *street art*, aujourd'hui entrée dans les usages du grand public, semble remonter à l'initiative d'Allan Schwartzman⁵ en 1985. Aujourd'hui les institutionnels du milieu de l'art préfèrent *urban art*, ou « art contemporain urbain », comme on lit dans les catalogues des exposants et marchands d'art. La lutte des classes est un lointain souvenir...
- 35 Un usage actuel distingue souvent le *graffiti*, réservé au lettrage relevant de l'école américaine du *writing* (tag, graff), du *street art* dédié aux autres modalités et media d'expression : pochoirs, affiches, photographies, autocollants, installations, etc. Cet usage est récent puisqu'un ouvrage classique comme celui de Denys Riout⁶, incluait dans le graffiti l'actuel *street art*, parlant même de *picturo-graffiti*⁷. Il n'est pas universellement reçu puisque maints auteurs ou artistes emploient indifféremment l'un ou l'autre.
- 36 Dans le même esprit certains⁸ veulent réserver le terme de *street art* aux œuvres de rue non autorisées (*unsanctionned*). L'on peut effectivement convenir de restreindre l'appellation de *street art* aux œuvres urbaines *in situ* (dans les rues, les couloirs, les catacombes, sur les quais ferroviaires ou fluviaux, sur les piles d'autoroutes, les transformateurs, etc.), et de réserver pour les œuvres sur support meuble l'appellation de *street pop* : un art fait à la manière de la rue, comme peut l'être le travail de Johanne⁸. En revanche, la restriction aux œuvres « sauvages » est abusive, car il s'agit d'un facteur juridique, et non plastique ou esthétique. Inversement les juges se prononcent sur l'existence d'une autorisation ou non, mais non sur le mérite artistique ou esthétique de la pièce litigieuse. Depuis plus de quarante ans maintenant, les artistes mêlent supports licites ou illicites, et les institutions mêlent diverses réactions, censoriales ou permissives: interdiction et éradication, laisser-faire et tolérance, canalisation et commande publique, encouragement et politique culturelle. Un spectateur ou un commentateur qui ne serait pas directement au fait des projets culturels d'une ville aurait du mal à discerner l'œuvre de commande (souvent « toyée » par des graffitistes) de l'œuvre sauvage. Sans compter les commandes des commerçants de quartier, des publicitaires, des particuliers (pour leur porte de pavillon), etc.
- 37 Le « vandalisme » est bien l'idéologie d'une frange de graffitistes libertaires et a une incidence sur le choix de l'emplacement comme du message véhiculé dans et par l'œuvre. Kidult s'érige ainsi en justicier des rues. Mais ce déni de propriété, fondé sur un proudhonisme mal compris, n'est pas du goût de tous les artistes, d'autant moins que cet héroïsme de la transgression n'est pas toujours lié à une conscience politique claire et peut relever d'une exaltation confuse.

- 38 Restreindre le *street art* à l'illégalité relève en fait d'un jugement évaluatif qui valorise le refus de la norme juridique comme une contre-norme éthique. Les processus de reconnaissance, tels qu'Honneth essaye de les ordonner, permettent de concilier description et évaluation, au sens où la diversité des instances de validation (économie, droit, politique) suppose *a priori* ou *a posteriori* une théorie des valeurs. Est-ce alors au critique d'art, au commentateur de catégoriser *a priori* ce qui est ou n'est pas du *street art* ? Et selon quelle norme alors ? L'anti-légalisme peut-être un principe politique auquel adhère un artiste avant exécution, ou peut être une excuse pour justifier *a posteriori* une œuvre illégale, mais il ne suffit pas à convertir un acte ou un geste en art. Sinon, à cette aune, toute infraction à la loi relèverait de l'art, ce qui est absurde. Ne convient-il pas plutôt d'observer d'abord une pratique pour détecter ensuite les évaluations présupposées par les artistes eux-mêmes ?
- 39 Evidemment quand on cherche à unifier le concept de *street art*, grande est la tentation de le réduire à son attribut le plus saillant : la provocation. Mais est-ce suffisant pour faire art ? Dès lors qu'entend-on par « *street art* » ? De quoi parle-t-on et comment en parle-t-on ? Vastes questions qui renvoient à un écheveau de présupposés, voire de préjugés. De nos jours une confusion persiste au sens où dans le rapport entre le mot « *street art* » et la chose désignée (une œuvre, une pratique), entre le mot et l'idée (vague et floue), un même mot peut renvoyer à des référents ou des idées différentes, et une même idée peut se dire avec divers mots.
- 40 Le phénomène *social* initial est l'appropriation sauvage ou vandale de l'espace de circulation extérieur, public ou privé, ou des lieux dévalués (toilettes, impasses, chantiers, taudis, friches industrielles) par des graveurs, scripteurs et dessinateurs qui, de façon anonyme ou chiffrée au départ, déposent dans cet espace des signes urbains : affiche, auto-collant (*sticker art*), gravure au tournevis, à la clé, à la pointe de tungstène, installation d'objets (*street installation*), peinture à la bombe, à la craie, au pinceau, pochoir (*stencil art*), photographie.
- 41 Ce mouvement fut d'abord social ou socio-politique au sens où les inscriptions de rue ont historiquement été des marques populaires d'opposition à l'autorité (la rue contre le palais). Pour être reconnu comme culturel, il fallut redéfinir le concept de culture, en compréhension et en extension. Non plus en rester à la *cultura animi*, formatrice du jugement par la connaissance des humanités, mais s'ouvrir aux *primitive cultures*, au sens de Tylor, les pratiques et représentations populaires étant porteuses de sens. D'où la valorisation des « cultures urbaines », des cultures communautaires, dont les mouvements *hip-hop* ou *punk* incluant le graffiti dans leurs pratiques.
- 42 La validation de ces pratiques de rues a pu se faire au nom de valeurs éthico-politiques. Ainsi Baudrillard⁹ loua la révolte des ghettos comme proclamation d'identité et de liberté communautaires contre l'humanisme bourgeois, avec parfois des erreurs d'appréciation du terrain, dues justement à une évaluation *a priori* positive. Elle put se faire au nom de valeurs esthétiques, tel Norman Mailer¹⁰ comparant CAY 161 à Giotto, et donnant toutes ses lettres de noblesse au *writing art*. Cette évaluation esthétique, qui semblait une hérésie dans les années 1970, a fini par devenir une évidence quand les scripteurs se sont eux-mêmes pris pour des artistes, cherchant à affiner leur style et à produire des effets séduisants selon les règles classiques du graphisme (polychromie, ombrage, etc.), quand les marchands, commissaires-priseurs et commissaires d'exposition ont produit des arguments de vente flattant ces pratiques, quand une génération à l'œil formé par cette imagerie urbaine est arrivée à l'âge des responsabilités.

- 43 Ces évaluations ont eu le mérite de faire évoluer les mentalités, mais reposaient sur des parti-pris scientifiquement douteux. Elles relevaient d'un désir de persuasion, et par là même d'un souci de communicabilité, quitte à fausser les faits et les intentions.
- 44 Le problème d'une théorie des valeurs tient en une sorte de débat académique pour savoir si le graffiti-art est un mal ou un bien, selon qu'on est du côté des conservateurs qui dénigrent toute valeur à une expression dite « sauvage », appuyé des juristes qui défendent un inaliénable droit de propriété (public ou privé), ou du côté des progressistes qui font de cette pratique urbaine un facteur d'évolution des rapports socio-politiques ou des représentations du vivre-ensemble. C'est ainsi un débat récurrent sur le vandalisme pourchassé ou assumé, mais qui enjoint de se situer politiquement sans aborder l'examen de la valeur artistique ou esthétique des productions de rue.
- 45 Ces évaluations implicites ou explicites se compliquent compte tenu de la relativité : un phénomène observable relève d'un référentiel, i.e. d'un système de coordonnées relatif à la situation d'un observateur dans le temps et dans l'espace. En effet, le *street art* émerge relativement aux coordonnées sociales, politiques, esthétiques de l'observateur, et relativement à son idiosyncrasie.
- 46 Voyons par exemple, les graffitis du métro new-yorkais des années 1990. Les usagers du métro les reçoivent sans capacité d'action, qu'ils soient pour ou contre, qu'ils en aient peur ou qu'ils les apprécient. Ces usagers, pris dans la routine du transport et de leurs soucis quotidiens peuvent s'en distraire peu à peu, au point que cette inadvertance finit par neutraliser ces graffitis. Mais ceux-ci émergent quand ils sont reçus non pas par la conscience immédiate de l'usager, mais par la médiation d'un appareillage d'appropriation.
- 47 Cette instrumentation peut d'abord être un simple *Magic Marker* ou une bombe aérosol de la part d'un observateur qui voudrait à son tour s'y exercer, de sorte que le graffiti n'est plus un gribouillis inerte et encombrant, mais devient un signe de reconnaissance, une intention et un mobile de dialogue (dans tous les sens du mobile : motif, moteur, mouvement).
- 48 Elle peut être ensuite un appareil photographique qui en porte témoignage ou qui en atteste la valeur plastique, comme put systématiquement le faire la photographe Martha Cooper. Ici la photographe est une instance de médiation, et par là même un premier facteur de reconnaissance. C'est parce que Martha Cooper aux Etats-Unis, ou Henri Kaufmann et Roswitha Guillemin en France, ont persévéré à constituer une mémoire de l'éphémère, et à regarder ces productions de rue avec un œil (un jugement de connaisseur), que les graffitis ont pu acquérir un statut d'art : objet intentionnel, beau, pouvant valoir pour lui-même. Je distingue donc ce travail de médiation hétéronome de la photographie égotiste de maints graffeurs actuels qui, leur graff à peine posé, sortent leur *smartphone*, le photographient et le mettent en ligne sur un site d'images. Cette autopromotion, qui anticipe l'effacement, croit lutter contre l'oubli, alors même que les millions de clichés postés sur Internet produisent de l'oubli par saturation. Il y a donc une photographie tierce, critique, valorisante, distincte d'une instrumentation égotiste cumulative, perdue dans la masse.
- 49 Elle peut être enfin, et en sens contraire, un outil de nettoyage pour éradiquer ces marques. Ainsi le maire de New York, Rudolph Giuliani, constitua en 1995 une *Anti Graffiti Task Force*, appuyée sur une législation *ad hoc*, en criminalisant le graffiti, tenu pour un code de *dealers*¹¹. Cette politique de nettoyage fit école. Une telle contre-attaque est, du

fait même d'un programme d'élimination, un mode de reconnaissance par le combat dans la mesure où elle se constitue un ennemi, où elle veut l'identifier et lui attribue des intentions.

- 50 Les mêmes graffitis en un même lieu à un même temps, vus par Martha Cooper ou par Rudolph Giuliani, n'ont donc pas le même sens car chaque observateur a un référentiel différent. La photographie laisse être, s'inscrit dans le temps long d'une histoire de l'art générale selon un jugement esthétique. Le maire refuse l'être, s'active dans le temps court d'échéances politiques locales selon un jugement économique. Pour le maire le droit est convoqué comme condition d'une répression qui érige de toutes pièces un délit de graffiti. Pour la photographie, le droit est outrepassé, le graffiti relevant d'une contre-culture *underground*, par là même sciemment vandale et illégale. La finalité du regard rend cette instrumentation relative à ses destination et application. Une même instrumentation, tel un appareil photographique, sert au graffeur de rue comme promotion, au critique d'art comme exemplification d'un type d'œuvre et au policier du groupe anti-tag comme identification de délinquants. Toutefois au regard de l'histoire de l'art et de la culture, la photographie triomphe, au point que des clichés de pièces effacées font aujourd'hui figure de documents généalogiques et contribuent rétrospectivement et rétroactivement à la gloire d'interventionnistes reconnus comme artistes.
- 51 Une évolution terminologique et sémantique aux contours indéterminés s'est ainsi enclenchée. Cette évolution ne correspond pas à la précision d'un concept, mais suit un processus de reconnaissance lié à des intérêts économiques, inscrire dans le marché des productions atypiques, et à des demandes sociales, donner place et crédit à des expressions marginales et populaires. Les mairies ne s'y sont pas trompées qui à présent multiplient les festivals de *street art* pour donner un sens et un encadrement à des pratiques turbulentes. Les intervenants de rue réagissent de façon diverses : l'un se revendique artiste quand l'autre n'a aucune prétention à faire œuvre, celui-ci se veut un puriste du graffiti vandale quand celle-là assume sans état d'âme.
- 52 Ce que le marché et le monde de l'art appellent depuis 1985 « *street art* » suite à l'appellation d'Allan Schwartzman, commissaire d'exposition et conseiller pour des musées ou des collectionneurs, est une décision esthétique et économique pour adouber un objet dont la qualité plastique était encore litigieuse. Cette dénomination ne réfère ni à une discipline artistique (par ex. architecture, cinéma, etc.) ni à une matière ou une technique (par ex. une huile, une sanguine, etc.), même si l'on put parler de *spraycan-art* ou de « pochoir de rue », ni à un genre (par ex. portrait, marine, etc.). Mais en se centrant sur un lieu d'exécution et de présentation (la rue), cette dénomination englobe des phénomènes historiquement indépendants les uns des autres. En vrac : les inscriptions sauvages et clandestines, l'interventionnisme politique urbain en Europe, le muralisme mexicain, le graffiti nord-américain, la calligraphie de plein air en Extrême-Orient, des ornements symboliques à ciel ouvert en Afrique ou en Australie. À côté d'œuvres féministes engagées (Swoon, YZ), on peut trouver un jeu urbain comme Space Invader ou le *post-it war* aux significations plus ou moins ludiques.
- 53 En retenant comme qualificatif d'une pratique artistique supposée innovante le lieu d'expression, d'application et de rencontre, à savoir la rue, le milieu de l'art a de ce fait exclu toute référence à la matière (matérialisme, support-surface, etc.), à la forme (formalisme, constructivisme, abstraction), au geste créatif (expressionnisme, actionnisme, abstraction lyrique, art gestuel), ou à l'effet sur le récepteur (romantisme, impressionnisme). Ce choix de la rue (*street*) ou de la ville (urbain) aurait pu ne pas

marcher dans la mesure où l'histoire de l'art reconnaissait depuis le XIX^e siècle l'art pariétal, le graffiti, le muralisme, l'art urbain. Mais en même temps le milieu de l'art s'est constitué son propre piège : comment comprendre un « art de rue » qui n'aurait plus la rue ou la ville comme source d'inspiration et comme destination, comme c'est le cas avec des toiles dont le lien à la rue n'est plus que métaphorique ou suggestif ? C'est pourquoi le *street art* tend aujourd'hui à sécréter son penchant *kitsch*, illustrant l'insouciance d'une bourgeoisie triomphante d'une contestation convertie en éclaboussures indolores.

- 54 Cet agglomérat de conduites multiples produit nécessairement des confusions, et par là même des volontés de distinction au nom d'un genre « pur ». Par exemple les puristes de la rue dénoncent les « vendus » œuvrant pour les marchands et les institutions. Les fans de *hip-hop* rappellent que ce mouvement d'origine nord-américaine comprend musique, chant, danse, mixage et graffiti, avec des recherches plastiques sur le tag et le graff d'abord inscrites dans une vie de quartier (les *block-parties*). Ils ne veulent pas être associés aux décorateurs urbains aujourd'hui à la solde des politiques de la ville¹². Le monde des marqueurs de rue comprend aussi les adeptes du *roller-blade*, du *mbx* et du *skate-board* qui peuvent être des sales garnements en mal de transgression, des initiés d'une culture de rue qui ne se prennent pas pour des artistes, des plasticiens plus ou moins inspirés, ou des alter-mondialistes portant masque d'*Anonymous*. Il convient d'abord d'observer, voire de recenser, si tant est que la liste puisse être exhaustive, une variété humaine aux intentions multiples. En tout cas elle est ouverte, et par là même évolutive. Des contresens entre une intention abstraitement universaliste et des usages locaux peuvent donc se produire.
- 55 Du fait des échanges mondialisés, d'un marché de l'art qui capte dans le *street art* l'aubaine de nouveaux produits pour une clientèle élargie pour des points de vente nouveaux (boutiques en ligne des artistes ou des galeristes), ces pratiques hétérogènes se rencontrent dans un mélange de rivalité et d'emprunts réciproques. Ainsi peut-on dire que le « graffiti » s'inscrit dans une école américaine, inclus dans un *street art* planétaire, ce *street art* étant lui-même scindé en deux grandes options. En premier lieu, l'interventionnisme *in situ* qui conçoit des œuvres strictement en fonction d'un site, le festival *In Situ* d'Aubervilliers, ou le festival *K-live* de Sète. En second lieu, l'art contemporain urbain, nouvelle rubrique du marché de l'art international qui transfère ces inscriptions de rue sur des supports mobiles, cessibles, commercialisables (toiles, tissus, objets, bibelots et gadgets) et par là même les détournent par la perte du fait-main pour la production numérique, du débordement pour l'encadrement, de la surimpression par autrui pour le tachisme, etc.
- 56 Selon les uns ou les autres ces options peuvent être contradictoires, parallèles ou congruentes. On chercherait donc en vain une « doctrine de la rue ». Il n'y en a plus depuis que dans *Wild Style* (1981) Lee Quinones accepta de transférer ses graffs sur des toiles à la demande d'un galeriste new-yorkais. Aujourd'hui il fait de la publicité pour une marque de chaussures de sports. L'altermondialiste Banksy vend des t-shirts *made in Bangladesh*. Déjà en 1986 Keith Haring, qui était intervenu parfois dans le métro new-yorkais, ouvrit sa *pop-shop* pour commercialiser des objets décorés de ses dessins.

Boucles

- 57 Cette approche matérialiste ne veut pas en rester à un simple constat de multiplicité. Pourtant il s'avère difficile de penser le *street art* comme art, dans la mesure où il semble

être d'abord une culture (la culture *underground*, la *street culture*). Non pas une sous-culture au sens logique (la culture d'un groupe donné au sein d'un ensemble social plus vaste) ou axiologique (une culture de moindre valeur spirituelle), mais une contre-culture comme vient encore de le montrer récemment le groupe *Brandalism*¹³ contrefaisant des publicités contre la bonne conscience de la COP 21. Or cette contre-culture ne se règle pas sur les attendus de la culture bourgeoise. D'où ces contradictions ou récupérations, résistances ou résiliences. D'où une sorte de cercle vicieux. En effet, la définition du *street art* relève du paradoxe inhérent à toute identification d'une pratique nouvelle, évidemment atypique, par définition indéfinissable selon les canons alors établis. Un art nouveau exige un changement de paradigme. En quoi le *street art* est-il de l'art ? Comment entre-t-il dans l'extension du concept d'art, de beaux-arts ? Pour l'inclure dans l'art, il faudrait qu'il en eût les prédicats, les finalités, le statut. Or le *street art* est pris dans un dilemme.

- 58 Si le *street art* est inclus dans le champ de l'art comme renouvellement des pratiques plastiques, comme exercice d'une imagination libre embellissant l'environnement, comme nouvelle expérience esthétique de la *curiosité*, alors il intègre le marché de l'art et par conséquent perd ses propriétés constitutives (spontané, éphémère, accessible immédiatement, gratuit). Sa perte de sens se voit dans la mise en place d'une nouvelle *aura* des œuvres de *street art*, alors même que l'esprit de la rue est celui d'une libre intervention sur les pièces existantes.
- 59 Si le *street art* n'est pas inclus dans le champ de l'art car sans note d'intention, car trop souvent sans éducation et tradition artistiques, car réduit à l'expérience esthétique d'une culture de masse, car imposé arbitrairement à tous sans agrément commun, alors il représente un cas de postmodernité comme défection des règles, débordement des cadres, transgressions des normes. Il dépasse la société du spectacle, puisque le spectacle lui-même est désenchanté, mais ce désenchantement du monde devient le dernier mode de divertissement, comme Banksy l'a mis en œuvre dans *Dismaland* entre *amusement* forain et *bemusement* (perplexité) politique. Le désenchantement est alors un mode de désillusion qui nous apporte la joie d'être dans le vrai, comme un ultime jeu de l'esprit propre du grand art baroque.
- 60 Même si la patrimonialisation du *street art* est engagée, sa reconnaissance n'est toutefois pas acquise, ou plus exactement elle suit un circuit qui n'est pas celui de la culture légitime bien que celle-ci voudrait l'intégrer selon ses codes. En effet, si le *street art* a eu besoin de médiateurs, venus de *l'intelligentsia*, il devient à présent un médiateur de situation sociale et intégrateur de « minorités » déclassées. Sa reconnaissance comme pratique populaire passe ainsi par les mairies en mal de politique sociale : comment vivre les territoires, les faire vivre, en faire des lieux du bien-vivre-ensemble ? Comment refuser la juxtaposition de communautés hermétiques les unes aux autres, voire hostiles, pour penser et vivre une coexistence constructive ? En valorisant le *street art* comme culture du métissage culturel et du métissage urbain. Il semble être une allégorie de notre monde avec sa communication mêlée, intriquée, surimprimée, saturée, raturée. Une métaphore des aiguillages de nos vies, ramifiées en tous sens. Se joue peut-être dans le *street art* une forme de créolisation : où le *hip-hop* de Gennevilliers veut parler français, où les HLM de Vitry accueillent un guerrier bantou, où les rues de Paris recèlent un tableau de Klimt, où les trompe-l'œil du Caire clament la liberté, ou des sérigraphies dénoncent les impérialismes tout en faisant tourner le marché, où le *street art* est un médium démocrate comme un véhicule intégriste.

- 61 Il semble être un milieu hétérogène et protéiforme, mondialisé, traversé par la culture populaire de masse et ancré dans des cultures singulières, fait d'interventions de rue *in situ* accessibles (disponibles, compréhensibles, sans frais), à la différence de l'art contemporain urbain qui est la privatisation vénale d'une expérience esthétique. Il atteint aujourd'hui sa maturité signalée par sa capacité réflexive, capable de penser le *désenchantement du monde*, comme sa propre situation paradoxale (Banksy) qui risque de devenir un nouvel enchantement *kitsch* et qui en ce sens doit démonter sa propre situation comme put et dut le faire Blu à Berlin.
- 62 S'il remporte des victoires, en particulier auprès des jeunes générations, il exprime aussi une conscience de ses limites par la mort, par la dérision de soi comme caricature d'un art *in situ*, et – comble de la reconnaissance – par l'existence de faussaires.

BIBLIOGRAPHY

Livres

- Genin, C. (2016) *Le street art en question*. Toulouse : UPPR (à paraître)
- (2013) *Le street art au tournant*. Bruxelles : Impressions Nouvelles.
- (2008, 2014) *Miss.Tic, femme de l'être*. Bruxelles : Les Impressions Nouvelles
- (2008) « Tag et graff ». In *Images et études culturelles* (dir. B. Darras), Paris : Publications de la Sorbonne, 65-79.
- (2005) « La lettre et l'image à la même enseigne ». In *L'image à la lettre* (dir. J. Raineau), Paris : Editions des Cendres, 59-81.

Articles

- Genin, C. (2011) « Des identités troubles : griffonnage, gribouillis, graffiti d'hier et d'aujourd'hui ». In *Recherches en Esthétique*, 17, 143-150.
- (2006) : « L'image dans la rue ». In Kiosque Numérique de l'Education, Hachette Multimédia Education Référence (MER). <http://www.kiosque-edu.com/catalogue/FicheRessourceEditeur.aspx>
- (2005) « Miss.Tic: une poétique de la rencontre ». In MUCRI. <http://cri-image.univ-paris1.fr/genin.html>
- (1985) « Le graffiti : phénoménologie de la réflexivité ». In *Tribu*, 10, 9-14.

NOTES

1. Cf. Fontaine, B. (2011) *Graffiti, une Histoire en Images*. Paris : Eyrolles.
2. Chaabouni, E. (2015) *Mur...Mur*. Tunis : Arabesques Editions.
3. Farouk Mahfouz, H., Al Hassanein, R. (2014) *Graffiti Baladi. Street art et révolution en Egypte*. Montreuil : Omniscience.

4. Crettiez, X., Piazza, P. (2014) *Murs rebelles, Iconographie nationaliste contestataire*. Paris : Karthala.
5. Schwartzman, A. (1985) *Street Art*, New York : The Dial Press.
6. Riout, D., Gurdjian, D., Leroux J.-P. (1985) *Le Livre du Graffiti*, Paris : Alternatives.
7. Riout, D. (1985) « La peinture encrapulée : les picturo-graffitis ». in *L'Ordre du Graffiti*, Toulouse le Mirail : Tribu n°10, 25-34. Voir également (2000) *Qu'est-ce que l'art moderne ?*, Paris : Gallimard.
8. Voir par exemple Stahl, J. (2008) *Street art*. Postdam : Tandem Verlag GmbH
9. Baudrillard, J. (1976) « Kool Killer. Les graffiti de New York ou l'insurrection par les signes ». In *L'échange symbolique et la mort*, Paris : Gallimard.
10. Mailer, N. (1974) *The Faith of Graffiti*. Réédition Harper Collins Publishers, 2009.
11. Cf. Rudolph W. Giuliani, New York City, *Mayor's Anti-Graffiti Task Force Executive Order* No. 24- July 11. 1995
12. Dialogue avec Julien Celdran, artiste bruxellois, Paris, Maison de la Wallonie, octobre 2015.
13. Le *brandalism* (nous traduisons « vandalisme ») est un activisme artistique qui détourne les images de publicité pour éveiller la conscience politique des citoyens du monde.

ABSTRACTS

Street art is nowadays a world wide practise. It is artistically and politically acknowledged, even if it remains debatable. Is it a new phenomenon ? And what could be new in it ? Is it a new genre, a new style ? Talking about novelty may even be an matter of prejudices. And what about the artists ? Isn't this art an issue of global and social troubles ?

To get the most accurate view of this novelty, our method will be materialistic, examining the economic conditions of production and broadcasting of street pieces. Is it still meaningfull to talk about rebels, counterculture when the market of art computes its return on investment ? A global overview of the recognition processes will help us to knit up the sleeve of mixed practices and vague intentions.

Le *street art* est aujourd'hui entré dans les mœurs au plan mondial. Il est reconnu artistiquement, politiquement, même s'il continue d'irriter certains. On dit que c'est un phénomène « nouveau ». Mais à quand dater cette nouveauté ? La datation elle-même est l'enjeu d'influences culturelles, politiques et géopolitiques. En quoi apporte-t-il de la nouveauté ? S'agit-il d'un nouveau *genre* visuel, d'un nouveau style ? N'est-ce qu'une affaire d'artistes, ou les artistes ne se retrouvent-ils pas au cœur d'enjeux sociétaux globaux ?

Pour identifier une éventuelle nouveauté, nous ne procéderons pas selon une méthode comparative entre un avant et un après, car cette démarcation suppose d'avoir une identification précise du phénomène rapporté à des témoins. Or le *street art* reste d'une identification difficile ou controversée de sorte qu'affirmer une singularité inédite reste toujours discutable. Nous procéderons selon la perspective *a posteriori* des processus de reconnaissance qui engagent un temps long, des gradations non linéaires (avec avancées et rétrocessions), des luttes faites de résistances de part et d'autre, et qui croisent divers plans, ici artistique, juridiques, politique et moral.

Les grandes lignes de ces dialectiques de la répulsion ou de l'attraction des consciences permettent de concilier l'intention pour soi et le statut conféré par autrui. C'est pourquoi nous examinons d'un point de vue matérialiste les conditions matérielles de production, de diffusion,

de réception des œuvres de *street art*. Cela a-t-il encore du sens de parler d'un « art rebelle », d'une « révolte » quand les artistes ont des agents qui négocient leurs interventions publiques ? Il convient donc, dans le grand sac du *street art*, d'exercer un esprit critique.

INDEX

Chronological index: XX^{ème} siècle et XXI^{ème} siècle

Keywords: street art, culture, market, values

Mots-clés: street art, culture, marché, valeurs

Geographical index: monde

AUTHOR

CHRISTOPHE GENIN

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne ; Professeur en philosophie de l'art et de la culture, directeur de l'ED 279, directeur de la ligne de recherches Etudes de la Culture dans l'Institut ACTE (UMR 8218).

Travaille sur les changements culturels contemporains (street art, kitsch) qui induisent des redéfinitions des concepts et des frontières disciplinaires.